# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois-Perret, le 30 janvier 2020

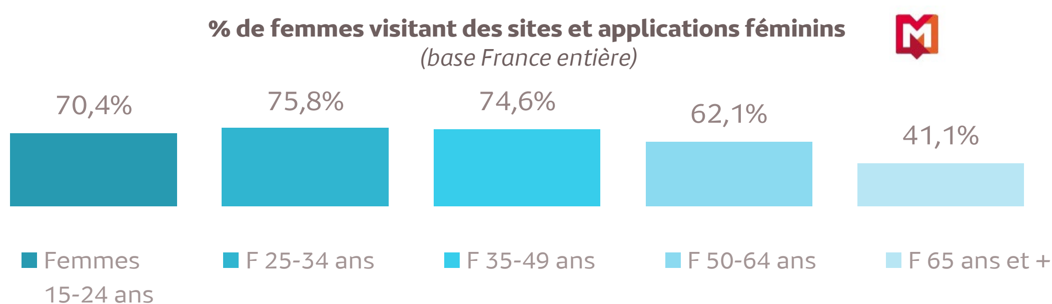
Mediametrie

# Audience Internet Global en France en novembre 2019

## 30,6 millions de Français visitent les sites féminins

En novembre 2019, 30,6 millions d'internautes ont visité les sites éditoriaux féminins, soit près de la moitié (48,9%) des Français de 2 ans et plus. 55,7% des femmes s'y sont connectées et 41,6% des hommes sont également venus sur ces sites.

Les femmes de 25-34 ans sont les plus connectées à cet univers : 75,8% d'entre elles visitent ces sites et applications chaque mois.




*Audience Internet Global, novembre 2019, copyright Médiamétrie//NetRatings*

**Portails féminins :** le top 10 des marques visitées en novembre 2019

| | Brands / Channels | Audience mensuelle *(en visiteurs uniques 2 ans et +)* | Couverture mensuelle *(en % de la population française de 2 ans et +)* |
|---|---|---|---|
| 1 | **Le Journal des Femmes** | **17 919 000** | 28,6 % |
| 2 | **Femme Actuelle** | **14 547 000** | 23,2 % |
| 3 | **Ohmymag** | **14 378 000** | 22,9 % |
| 4 | **auFeminin** | **7 916 000** | 12,6 % |
| 5 | **ELLE** | **7 491 000** | 12,0 % |
| 6 | **Marie Claire** | **4 986 000** | 8,0 % |
| 7 | **Madame Figaro** | **4 576 000** | 7,3 % |
| 8 | **Marie France** | **3 277 000** | 5,2 % |
| 9 | **Cosmopolitan France** | **2 778 000** | 4,4 % |
| 10 | **Vie pratique Feminin** | **2 065 000** | 3,3 % |

*Audience Internet Global, novembre 2019, copyright Médiamétrie//NetRatings*



### *Synthèse des résultats de novembre 2019*



**53 millions** d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois, soit **84,6 %** de la population française de 2 ans et plus.




Chaque jour, **45,2 millions** d'internautes en moyenne se sont connectés à Internet, soit **72,1 %** de la population française.



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par individu est en moyenne de **1h21 sur mobile** et **34 minutes sur ordinateur**.

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

# Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques moyens par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 51 913 000 | 40 049 000 |
| 2 | Facebook | 48 042 000 | 32 967 000 |
| 3 | Microsoft | 40 045 000 | 14 657 000 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 36 716 000 | 6 198 000 |
| 5 | Prisma Media | 35 443 000 | 7 852 000 |
| 6 | Amazon | 35 265 000 | 7 383 000 |
| 7 | Groupe TF1 | 34 382 000 | 5 385 000 |
| 8 | WEB66 | 32 832 000 | 7 406 000 |
| 9 | Wikimedia Foundation | 32 338 000 | 4 683 000 |
| 10 | Altice France | 31 841 000 | 7 282 000 |
| 11 | Webedia | 31 834 000 | 4 011 000 |
| 12 | Orange | 28 788 000 | 9 679 000 |
| 13 | Adevinta | 28 595 000 | 6 718 000 |
| 14 | Vivendi | 28 176 000 | 3 771 000 |
| 15 | M6 | 27 055 000 | 3 442 000 |
| 16 | Solocal Group | 26 785 000 | 2 776 000 |
| 17 | francetélévisions | 26 288 000 | 3 724 000 |
| 18 | Groupe Casino | 25 957 000 | 3 430 000 |
| 19 | Groupe Auchan | 25 159 000 | 2 922 000 |
| 20 | Verizon Media | 24 484 000 | 8 564 000 |
| 21 | Groupe Fnac Darty | 24 300 000 | 2 596 000 |
| 22 | Groupe Credit Agricole | 24 026 000 | 5 178 000 |
| 23 | Groupe Le Monde | 23 919 000 | 3 468 000 |
| 24 | La Poste | 23 713 000 | 4 499 000 |
| 25 | Groupe Les Echos - Le Parisien | 20 619 000 | 2 385 000 |
| 26 | Apple Inc. | 20 338 000 | 7 161 000 |
| 27 | Snapchat | 19 768 000 | 13 756 000 |
| 28 | Carrefour | 18 834 000 | 2 067 000 |
| 29 | ReWorld Media | 18 801 000 | 1 614 000 |
| 30 | 20 Minutes France | 18 696 000 | 2 213 000 |
| 31 | SNCF France | 17 909 000 | 2 399 000 |
| 32 | CMI France | 16 654 000 | 1 933 000 |
| 33 | Gouvernement Francais | 16 423 000 | 1 178 000 |
| 34 | Twitter | 16 245 000 | 4 198 000 |
| 35 | Samsung Group | 15 978 000 | 2 956 000 |
| 36 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 15 922 000 | 1 260 000 |
| 37 | Radio France | 15 689 000 | 1 555 000 |
| 38 | NetFlix | 15 045 000 | 2 939 000 |
| 39 | Pinterest.com | 14 888 000 | 2 210 000 |
| 40 | Groupe Amaury | 14 733 000 | 3 159 000 |
| 41 | Booking Holdings | 14 250 000 | 1 291 000 |
| 42 | E.Leclerc | 13 796 000 | 1 453 000 |
| 43 | Societe Generale | 13 710 000 | 2 625 000 |
| 44 | Oredis | 13 690 000 | 3 208 000 |
| 45 | Iliad | 13 598 000 | 1 931 000 |
| 46 | Assurance Maladie | 13 584 000 | 1 280 000 |
| 47 | Ministere de l Education Nationale | 13 457 000 | 2 463 000 |
| 48 | Doctolib | 13 454 000 | 1 226 000 |
| 49 | OTTO | 13 267 000 | 1 354 000 |
| 50 | Vinted.com | 12 770 000 | 3 335 000 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

## Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs uniques par mois | % des VU ayant utilisé l'Ordinateur | % des VU ayant utilisé le Mobile | % des VU ayant utilisé la Tablette |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Google | 51 913 000 | 70,0 | 81,9 | 43,2 |
| 2 | Facebook | 48 042 000 | 47,8 | 85,0 | 36,2 |
| 3 | Microsoft | 40 045 000 | 77,1 | 53,9 | 19,3 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 36 716 000 | 50,0 | 74,3 | 16,1 |
| 5 | Prisma Media | 35 443 000 | 33,7 | 78,9 | 18,0 |
| 6 | Amazon | 35 265 000 | 53,3 | 68,1 | 21,1 |
| 7 | Groupe TF1 | 34 382 000 | 38,1 | 74,2 | 21,9 |
| 8 | WEB66 | 32 832 000 | 34,8 | 78,5 | 18,8 |
| 9 | Wikimedia Foundation | 32 338 000 | 40,6 | 75,2 | 14,7 |
| 10 | Altice France | 31 841 000 | 44,3 | 73,4 | 15,9 |
| 11 | Webedia | 31 834 000 | 45,0 | 67,5 | 17,6 |
| 12 | Orange | 28 788 000 | 53,3 | 67,8 | 12,7 |
| 13 | Adevinta | 28 595 000 | 43,4 | 67,5 | 21,4 |
| 14 | Vivendi | 28 176 000 | 36,4 | 71,3 | 18,1 |
| 15 | M6 | 27 055 000 | 35,9 | 71,3 | 20,0 |
| 16 | Solocal Group | 26 785 000 | 49,0 | 63,7 | 13,0 |
| 17 | francetélévisions | 26 288 000 | 30,6 | 76,3 | 18,3 |
| 18 | Groupe Casino | 25 957 000 | 42,2 | 66,0 | 18,2 |
| 19 | Groupe Auchan | 25 159 000 | 46,5 | 64,1 | 18,2 |
| 20 | Verizon Media | 24 484 000 | 34,9 | 70,3 | 17,4 |
| 21 | Groupe Fnac Darty | 24 300 000 | 43,5 | 67,3 | 15,6 |
| 22 | Groupe Credit Agricole | 24 026 000 | 49,6 | 60,3 | 11,4 |
| 23 | Groupe Le Monde | 23 919 000 | 33,9 | 74,7 | 14,2 |
| 24 | La Poste | 23 713 000 | 51,8 | 58,7 | 12,8 |
| 25 | Groupe Les Echos - Le Parisien | 20 619 000 | 33,9 | 72,3 | 12,0 |
| 26 | Apple Inc. | 20 338 000 | 30,6 | 57,8 | 43,8 |
| 27 | Snapchat | 19 768 000 | - | 99,0 | 1,9 |
| 28 | Carrefour | 18 834 000 | 42,9 | 61,8 | 13,6 |
| 29 | ReWorld Media | 18 801 000 | 34,1 | 67,3 | 12,9 |
| 30 | 20 Minutes France | 18 696 000 | 23,4 | 76,5 | 14,3 |
| 31 | SNCF France | 17 909 000 | 34,7 | 70,9 | 12,8 |
| 32 | CMI France | 16 654 000 | 31,7 | 67,7 | 13,5 |
| 33 | Gouvernement Francais | 16 423 000 | 60,8 | 45,5 | 11,0 |
| 34 | Twitter | 16 245 000 | 35,9 | 62,3 | 18,4 |
| 35 | Samsung Group | 15 978 000 | 11,2 | 83,7 | 13,3 |
| 36 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 15 922 000 | 73,1 | 32,2 | 6,9 |
| 37 | Radio France | 15 689 000 | 25,0 | 76,1 | 10,8 |
| 38 | NetFlix | 15 045 000 | 33,1 | 70,5 | 13,3 |
| 39 | Pinterest.com | 14 888 000 | 41,3 | 54,5 | 19,7 |
| 40 | Groupe Amaury | 14 733 000 | 22,5 | 71,0 | 23,2 |
| 41 | Booking Holdings | 14 250 000 | 37,9 | 61,0 | 18,5 |
| 42 | E.Leclerc | 13 796 000 | 36,1 | 63,0 | 15,6 |
| 43 | Societe Generale | 13 710 000 | 45,0 | 59,5 | 10,0 |
| 44 | Oredis | 13 690 000 | 30,1 | 66,8 | 19,9 |
| 45 | Iliad | 13 598 000 | 66,5 | 37,4 | 8,6 |
| 46 | Assurance Maladie | 13 584 000 | 55,9 | 49,9 | 8,0 |
| 47 | Ministere de l Education Nationale | 13 457 000 | 55,5 | 48,9 | 10,0 |
| 48 | Doctolib | 13 454 000 | 30,2 | 70,4 | 11,7 |
| 49 | OTTO | 13 267 000 | 46,7 | 53,5 | 13,0 |
| 50 | Vinted.com | 12 770 000 | 24,3 | 74,8 | 16,3 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

## Top 50 des Marques les plus visitées en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques moyens par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 51 613 000 | 38 216 000 |
| 2 | Facebook | 46 758 000 | 28 165 000 |
| 3 | YouTube | 46 435 000 | 17 932 000 |
| 4 | Amazon | 34 701 000 | 7 188 000 |
| 5 | Wikipedia | 31 945 000 | 4 573 000 |
| 6 | Instagram | 27 927 000 | 10 850 000 |
| 7 | Orange - T ACPM/OJD | 27 450 000 | 9 395 000 |
| 8 | Leboncoin.fr - T | 26 940 000 | 6 405 000 |
| 9 | WhatsApp | 24 718 000 | 9 905 000 |
| 10 | Microsoft | 23 975 000 | 4 421 000 |
| 11 | Cdiscount | 23 867 000 | 2 798 000 |
| 12 | Yahoo | 22 499 000 | 8 039 000 |
| 13 | franceinfo - T ACPM/OJD | 22 465 000 | 2 908 000 |
| 14 | Le Figaro - T ACPM/OJD | 22 173 000 | 2 541 000 |
| 15 | Marmiton | 21 011 000 | 2 020 000 |
| 16 | PagesJaunes - T | 20 888 000 | 1 780 000 |
| 17 | Fnac | 20 860 000 | 2 040 000 |
| 18 | Tele Loisirs - T ACPM/OJD | 20 465 000 | 3 739 000 |
| 19 | Apple | 20 313 000 | 7 159 000 |
| 20 | Snapchat - T ACPM/OJD | 19 768 000 | 13 756 000 |
| 21 | BFM TV - T ACPM/OJD | 19 025 000 | 2 415 000 |
| 22 | 20 Minutes - T ACPM/OJD | 18 696 000 | 2 213 000 |
| 23 | Windows Live | 18 273 000 | 3 070 000 |
| 24 | Le Parisien - T ACPM/OJD | 18 031 000 | 1 874 000 |
| 25 | Le Journal des Femmes - T | 17 919 000 | 1 249 000 |
| 26 | Linternaute.com - T | 17 512 000 | 1 065 000 |
| 27 | Ouest France - T ACPM/OJD | 17 221 000 | 2 120 000 |
| 28 | SFR | 16 736 000 | 4 255 000 |
| 29 | LinkedIn | 16 499 000 | 2 770 000 |
| 30 | Le Monde - T ACPM/OJD | 16 226 000 | 2 142 000 |
| 31 | Twitter | 16 168 000 | 4 179 000 |
| 32 | Samsung | 15 443 000 | 2 907 000 |
| 33 | LA POSTE | 15 432 000 | 2 056 000 |
| 34 | AlloCine - T | 15 334 000 | 1 253 000 |
| 35 | Netflix | 15 045 000 | 2 939 000 |
| 36 | myCANAL | 14 929 000 | 2 337 000 |
| 37 | Pinterest | 14 888 000 | 2 210 000 |
| 38 | impots.gouv.fr | 14 784 000 | 1 101 000 |
| 39 | Femme Actuelle - T ACPM/OJD | 14 547 000 | 1 249 000 |
| 40 | L Equipe - T ACPM/OJD | 14 538 000 | 3 094 000 |
| 41 | Waze | 14 438 000 | 2 827 000 |
| 42 | Carrefour | 14 434 000 | 1 664 000 |
| 43 | Ohmymag - T ACPM/OJD | 14 378 000 | 1 042 000 |
| 44 | Credit Agricole | 14 330 000 | 3 417 000 |
| 45 | Outlook | 13 873 000 | 5 631 000 |
| 46 | MYTF1 - T | 13 823 000 | 1 373 000 |
| 47 | E.Leclerc | 13 525 000 | 1 419 000 |
| 48 | Doctolib | 13 454 000 | 1 226 000 |
| 49 | Dailymotion - T | 13 427 000 | 839 000 |
| 50 | OUI.sncf | 13 410 000 | 1 384 000 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Global en France en novembre 2019

mediametrie //NetRatings

## Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | % des VU ayant utilisé l'Ordinateur | % des Vu ayant utilisé le Mobile | % des VU ayant utilisé la Tablette |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Google | 51 613 000 | 68,7 | 82,1 | 42,5 |
| 2 | Facebook | 46 758 000 | 48,1 | 82,3 | 36,4 |
| 3 | YouTube | 46 435 000 | 46,9 | 76,8 | 31,1 |
| 4 | Amazon | 34 701 000 | 53,8 | 67,4 | 19,1 |
| 5 | Wikipedia | 31 945 000 | 40,2 | 75,4 | 14,5 |
| 6 | Instagram | 27 927 000 | 15,4 | 84,4 | 16,2 |
| 7 | Orange - T ACPM/OJD | 27 450 000 | 52,2 | 67,5 | 12,5 |
| 8 | Leboncoin.fr - T | 26 940 000 | 42,9 | 66,5 | 21,8 |
| 9 | WhatsApp | 24 718 000 | 2,6 | 98,5 | 0,9 |
| 10 | Microsoft | 23 975 000 | 80,6 | 29,7 | 7,6 |
| 11 | Cdiscount | 23 867 000 | 41,5 | 63,0 | 18,6 |
| 12 | Yahoo | 22 499 000 | 31,6 | 71,5 | 17,2 |
| 13 | franceinfo - T ACPM/OJD | 22 465 000 | 24,3 | 79,2 | 15,0 |
| 14 | Le Figaro - T ACPM/OJD | 22 173 000 | 37,6 | 70,0 | 12,5 |
| 15 | Marmiton | 21 011 000 | 26,2 | 67,2 | 21,5 |
| 16 | PagesJaunes - T | 20 888 000 | 42,7 | 61,6 | 13,1 |
| 17 | Fnac | 20 860 000 | 38,1 | 66,9 | 16,1 |
| 18 | Tele Loisirs - T ACPM/OJD | 20 465 000 | 25,6 | 74,5 | 14,8 |
| 19 | Apple | 20 313 000 | 30,6 | 57,8 | 43,8 |
| 20 | Snapchat - T ACPM/OJD | 19 768 000 | - | 99,0 | 1,9 |
| 21 | BFM TV - T ACPM/OJD | 19 025 000 | 26,2 | 76,4 | 13,6 |
| 22 | 20 Minutes - T ACPM/OJD | 18 696 000 | 23,4 | 76,5 | 14,3 |
| 23 | Windows Live | 18 273 000 | 63,1 | 35,1 | 21,8 |
| 24 | Le Parisien - T ACPM/OJD | 18 031 000 | 31,3 | 72,6 | 10,4 |
| 25 | Le Journal des Femmes - T | 17 919 000 | 24,5 | 72,1 | 15,0 |
| 26 | Linternaute.com - T | 17 512 000 | 36,2 | 66,3 | 9,4 |
| 27 | Ouest France - T ACPM/OJD | 17 221 000 | 28,1 | 73,1 | 13,7 |
| 28 | SFR | 16 736 000 | 42,1 | 62,6 | 13,2 |
| 29 | LinkedIn | 16 499 000 | 32,8 | 62,7 | 23,9 |
| 30 | Le Monde - T ACPM/OJD | 16 226 000 | 29,0 | 74,1 | 12,5 |
| 31 | Twitter | 16 168 000 | 36,0 | 62,2 | 18,5 |
| 32 | Samsung | 15 443 000 | 10,8 | 83,9 | 13,3 |
| 33 | LA POSTE | 15 432 000 | 56,0 | 49,9 | 9,1 |
| 34 | AlloCine - T | 15 334 000 | 33,9 | 67,3 | 13,2 |
| 35 | Netflix | 15 045 000 | 33,1 | 70,5 | 13,3 |
| 36 | myCANAL | 14 929 000 | 26,4 | 71,8 | 15,7 |
| 37 | Pinterest | 14 888 000 | 41,3 | 54,5 | 19,7 |
| 38 | impots.gouv.fr | 14 784 000 | 74,0 | 30,3 | 7,1 |
| 39 | Femme Actuelle - T ACPM/OJD | 14 547 000 | 30,9 | 64,2 | 17,1 |
| 40 | L Equipe - T ACPM/OJD | 14 538 000 | 22,2 | 71,0 | 23,4 |
| 41 | Waze | 14 438 000 | - | 97,8 | 3,3 |
| 42 | Carrefour | 14 434 000 | 39,6 | 64,2 | 12,0 |
| 43 | Ohmymag - T ACPM/OJD | 14 378 000 | 10,6 | 84,3 | 10,7 |
| 44 | Credit Agricole | 14 330 000 | 50,8 | 51,9 | 10,6 |
| 45 | Outlook | 13 873 000 | 53,9 | 57,4 | 8,2 |
| 46 | MYTF1 - T | 13 823 000 | 31,4 | 61,9 | 20,0 |
| 47 | E.Leclerc | 13 525 000 | 35,9 | 63,1 | 15,6 |
| 48 | Doctolib | 13 454 000 | 30,2 | 70,4 | 11,7 |
| 49 | Dailymotion - T | 13 427 000 | 27,4 | 60,9 | 21,2 |
| 50 | OUI.sncf | 13 410 000 | 34,8 | 66,5 | 13,9 |

Source : Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Novembre 2019 - Base : 2 ans et plus

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## La mesure de l'Audience Internet Global

### Méthodologie, Définitions et Indicateurs

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 25 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 500 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et 1000 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mariant panels et big data mises au point par Médiamétrie. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quel que soit le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) ou le protocole (http/https) pour l'ensemble des sites et applications.

**Groupe ou Parent (P) :** Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Une Brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des Brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B) :** La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

**Visiteurs uniques par mois :** Nombre total d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

**Visiteurs uniques moyens par jour :** Nombre moyen d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours d'une journée pour le mois concerné. Les internautes ayant visité le même site plusieurs fois dans la journée ne sont comptés qu'une fois.

### *A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7M€.*

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*www.mediametrie.fr*
*Twitter : @Mediametrie*
*Instagram : @mediametrie.officiel*

**Contacts Presse :**

*Isabelle Lellouche Filliau*
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr

*Juliette Destribats*
Tél : 01 47 58 97 55
jdestribats@mediametrie.fr